

BAB II

IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA

2.1 Studi Pustaka

Untuk mendukung proses perancangan iklan layanan Masyarakat sebagai edukasi dalam Upaya mitigasi banjir di kota Bandar Lampung, maka dibutuhkan beberapa teori dan konsep yang relevan sebagai pokok pembahasan.

2.1.1 Landasan teori

1. Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual (DKV) adalah disiplin ilmu yang mampu menjawab berbagai kebutuhan yang muncul di berbagai sektor, baik industri maupun masyarakat. DKV berinteraksi dengan berbagai bidang ilmu lainnya dalam proses perancangan yang spesifik. Dalam kehidupan sehari-hari, DKV berfungsi sebagai alat untuk memecahkan masalah yang dihadapi manusia sekaligus sebagai sarana hiburan. Dalam konteks yang lebih formal, desain komunikasi terbagi menjadi beberapa dimensi, beroperasi di bidang informasi dan instruksi, identitas dan identifikasi, serta berfungsi sebagai alat persuasi, baik untuk produk, kandidat, maupun ideologi (Aulia, 2024).

2. Iklan Layanan Masyarakat

Iklan layanan masyarakat adalah salah satu cara untuk menyampaikan informasi, ajakan, atau edukasi kepada masyarakat. Tujuannya adalah mencapai manfaat sosial, seperti meningkatkan pengetahuan, yang pada gilirannya dapat menumbuhkan kesadaran, sikap, dan perubahan perilaku terkait isu yang diangkat. Dengan demikian, iklan ini diharapkan dapat memberikan keuntungan bagi setiap individu (Emmanuel Ariananto Waluyo Adi, 2022). Iklan layanan Masyarakat dirancang untuk menarik perhatian Masyarakat sekaligus berfungsi sebagai sarana pelayanan dan pengabdian kepada publik. Iklan ini penting dalam mengedukasi Masyarakat dan mengomunikasikan berbagai program, layanan, atau program yang disediakan. Iklan ini ditujukan untuk memberikan

informasi yang berguna bagi Masyarakat. Sehingga, Setiap pengumuman yang disampaikan melalui iklan layanan Masyarakat adalah suatu bentuk kontribusi yang Nyata untuk kesejahteraan Masyarakat (Atika et al., 2018).

3. Bentuk Iklan Layanan Masyarakat

Iklan Layanan Masyarakat dapat berbentuk dalam beragam media, yang disesuaikan dengan target audiens yang dituju. Meskipun begitu, tujuan utamanya tetap sama yaitu menyampaikan pesan sosial atau edukasi dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Iklan layanan di bagi menjadi beberapa bentuk diantaranya:

a. Video/Audio Visual

Video merupakan bentuk media visual yang menyajikan gambar bergerak, disertai dengan suara atau audio tambahan. Dengan hadirnya video penonton dapat menikmati pengalaman audio visual yang memungkinkan mereka untuk melihat dan mendengarkan berbagai konten multimedia, seperti film, acara televisi dan masih banyak lagi.

b. Radio

Radio merupakan teknologi yang digunakan untuk mengirimkan sinyal melalui proses modulasi dan radiasi elektromagnetik. Siaran komersial singkan melalui radio ini memanfaatkan kekuatan narasi, musik, dan efek suara untuk menyampaikan pesan sosial secara efektif. Ini sangat cocok untuk diterapkan di daerah yang memiliki akses internet terbatas atau mereka yang sering mendengarkan radio.

c. Poster

Poster adalah bentuk pesan singkat yang disampaikan melalui gambar dengan tujuan untuk mempengaruhi orang, menarik minat pada suatu hal, atau mendorong Tindakan tertentu. Selain itu, poster juga berfungsi sebagai media pembelajaran serta penyampaian pesan yang efektif, karena kemampuannya menarik perhatian dan menyampaikan informasi secara visual. Dalam konteks mitigasi bencana seperti banjir di Bandar Lampung, poster dapat menjadi alat yang sangat ampuh

untuk mengedukasi masyarakat tentang langkah-langkah pencegahan, kesiapsiagaan, dan respons yang tepat guna.

d. Iklan Media Cetak

Iklan media cetak dapat diartikan sebagai penyampain informasi yang bersifat persuasif melalui kata-kata atau gambar, yang dimuat berbagai media seperti brosur, pamphlet, majalah, surat kabar dan lain-lain. Media cetak juga merupakan bentuk media yang bersifat statis dan mengedepankan pesan-pesan visual yang dihasilkan dari proses pencetakan.

e. Media Sosial / Digital

Media sosial merupakan platform online yang memungkinkan penggunaanya untuk berpartisipasi dengan mudah dan membangun jejaring sosial (Mulyono, 2021). Media sosial memiliki berbagai fungsi, mulai dari mendokumentasikan momen berharga hingga mempelajari hal-hal baru dan membangun hubungan sosial. Selain itu, media sosial juga berperan sebagai alat yang efektif untuk berbagai informasi.

f. Drama / Theater

Pertunjukan langsung yang mengangkat tema sosial atau Pendidikan melalui *storytelling*, teater dan dialog. Kegiatan ini sering diadakan disekolah, desa, atau ruang public. Menjadi sarana untuk pertukaran budaya dan komunikasi langsung dengan Masyarakat.

g. Animasi

Istilah animasi berasal dari Bahasa Yunani “anima” yang berarti jiwa atau kehidupan. Dalam konteks ini animasi dapat diartikan sebagai proses memberi kehidupan pada suatu objek. Hal ini dilakukan dengan menggerakkan gambar-gambar dalam jangka waktu tertentu (Kristianti, n.d.). animasi juga berperan dalam penyampaian pesan menggunakan gambar bergerak, suara, dan tulisan.

h. Game Edukatif

Seiring berjalannya waktu, banyak jenis-jenis game yang bermunculan, terutama seiring pesatnya perkembangan teknologi yang berperan

besar dalam menciptakan inovasi dalam dunia game. Kini game tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga memiliki nilai edukatif yang penting (Rivaldi & Kurniawan, 2021).

4. Video

video adalah sebuah media elektronik yang dapat menggabungkan suara dan gambar untuk menghasilkan sebuah visual yang dinamis, menarik dan bisa di sampaikan ke semua orang untuk di tonton (Arif Yudianto, 2017). Video merupakan media yang dapat digunakan untuk menyajikan informasi, memaparkan proses, memperjelas konsep-konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan, memperlambat waktu, dan mempengaruhi sikap. Lebih lanjut Firdaus menjelaskan bahwa video merupakan urutan gambar yang di putar secara cepat (Afrianti & Musril, 2021).

5. Jenis-jenis Video

Video telah berkembang pesat dengan kemajuan teknologi yang ada pada saat ini sehingga video di bagi 4 yaitu:

a. Video Edukasi

Video edukasi adalah berfungsi sebagai media untuk menjelaskan berbagai topik tertentu. Tujuan dari video penjelasan ini adalah untuk menyampaikan pengetahuan dan pembelajaran kepada para penontonnya. Keunggulan video edukasi terletak pada beberapa komponen, seperti adanya suara yang jelas, objek yang mudah dikenali, serta informasi yang tidak hanya bermanfaat tetapi juga menghibur. Selain itu, format video yang menarik dan mudah dipahami membuatnya semakin efektif dalam menyampaikan pesan.

b. Video Promosi / Komersial

Video promosi / komersial adalah alat yang sering digunakan baik Perusahaan maupun individu untuk mempengaruhi dan membujuk konsumen dalam memilih produk tertentu. Melalui video tersebut mereka berusaha menarik perhatian dan mendorong *audiens* agar mereka membeli produk yang telah di tawarkan pada video promosi tersebut.

c. Video Dokumentasi

Video dokumentasi adalah suatu cara untuk mengabadikan kejadian-kejadian yang dapat disimpan dan diingat. Tujuan nya adalah untuk menangkap momen-momen berharga dalam kehidupan sehari-hari. Video dokumentasi biasanya menyoroti penggambaran realitas dengan cara yang sederhana dan tanpa narasi yang rumit. Contoh-contoh dari jenis video ini meliputi momen acara pernikahan, Ulang tahun, wisuda dan acara-acara tertentu. Kesimpulan-nya bahwa video okumentasi berfungsi untuk merekam peristiwa atau kejadian yang Nyata, sehingga dapat dijadikan arsip dan catatan penting.

d. Video Hiburan

Hiburan merupakan segala sesuatu yang mampu memberikan kenyamanan serta kesenangan hati (Makmur Jaya & Rita Zahara, 2022). Video hiburan merupakan jenis video yang dirancang khusus untuk memberikan kesenangan dan hiburan bagi para penontonnya. Contohnya seperti film pendek, vlog atau video clip musik.

6. Teknik Pengambilan Gambar

Adalah berbagai metode yang digunakan untuk mengatur komposisi dan sudut pandang kamera saat menangkap gambar atau video. Teknik ini mencakup berbagai aspek, termasuk komposisi, focus, penggunaan lensa, pengaturan Cahaya, dan sudut pandang kamera.

7. *Angle Kamera*

Angle kamera atau sudut pengambilan gambar adalah posisi lensa kamera terhadap subjek yang memengaruhi bagaimana sebuah foto atau video dipandang. Pilihan angle kamera dapat memengaruhi kesan visual, nuansa, dan bahkan pesan yang ingin disampaikan.

8. *Color Grading*

Color grading merupakan sebuah Teknik yang menggambarkan peralihan halus antara warna gelap dan terang, atau sebaliknya. Dalam sebuah

karya, *color grading* ini mampu menambah kedalaman serta kecerahan pada foto maupun video yang memberikan efek tiga dimensi yang realistis pada gambar.

9. Color Corection

Merupakan Langkah penting dalam memperbaiki kesalahan warna pada foto maupun video, sehingga tampak lebih realistis. Tujuan dari proses ini adalah untuk mengatasi ketidaksempurnaan warna, seperti ketidakseimbangan warna, kontras yang kurang optimal, atau Tingkat kecerahan yang tidak merata.

10. Edukasi

Edukasi merupakan suatu rangkaian kondisi, peristiwa, prosedur atau proses yang bertujuan untuk mengubah sikap dan perilaku individu ataupun kelompok, demi Upaya mendewasakan manusia. Edukasi juga merupakan usaha yang dirancang untuk memberikan pengaruh pada orang lain, baik individu, ataupun masyarakat luas.

11. Mitigasi

Mitigasi merupakan salah satu Langkah penting dalam manajemen resiko suatu bencana (Priantoro et al., 2025). Mitigasi juga merupakan Langkah-langkah yang diambil untuk mengurangi resiko bencana, baik sebelum terjadinya bencana maupun sesudah terjadinya bencana. Upaya ini bisa dilakukan melalui Pembangunan infrastruktur yang sesuai, peningkatan kesadaran Masyarakat, serta penguatan kapasitas dalam menghadapi ancaman bencana. Mitigasi bencana juga merupakan Langkah strategis yang bertujuan untuk mengurangi dampak dan resiko yang ditimbulkan oleh bencana. Contoh mitigasi meliputi pembuatan peta wilayah rawan bencana, Upaya reboisasi, Pembangunan bangunan yang tahan terhadap bencana, dan sosialisasi kepada Masyarakat untuk menghadapi bencana yang akan datang sewaktu-waktu.

12. Adobe Premiere

Membuat video iklan menggunakan adobe premiere pro memerlukan sejumlah Langkah. Proses ini dimulai dengan pengembangan konsep yang jelas, diikuti dengan pengumpulan materi pendukung. Selanjutnya, tahap pengeditan klip dilakukan, warna disesuaikan efek visual dan suara ditambahkan, serta teks dan *footage* dimasukan sehingga dapat menciptakan konten yang tidak hanya menarik, tetapi juga menghibur dan informatif (Ashari, 2024). Adobe premiere pro merupakan *software* perangkat lunak penyuntingan video profesional yang dikembangkan oleh adobe. Software ini dirancang untuk menggabungkan gambar, video, dan audio dengan mudah dan efisien. Dengan berbagai fitur canggih yang ditawarkannya, pengguna dapat melakukan pengeditan multi-kamera, penyesuaian warna lanjutan, serta integrasi dengan aplikasi Adobe lainnya untuk meningkatkan kualitas video secara keseluruhan.

2.1.2 Kajian Literatur

Tabel 2.1 Kajian Literatur

No	Nama, Judul, Tahun	Hasil Pembahasan	Pembeda
1.	Emmanuel Ariananto Waluyo Adi, Optimalisasi Penyuluhan Mitigasi Bencana Alam Melalui Iklan Layanan Masyarakat Di Youtube, 2022.	Jurnal ini membahas pentingnya optimalisasi iklan layanan masyarakat di YouTube sebagai media edukasi mitigasi bencana alam di Indonesia. Dengan memanfaatkan fitur <i>pre-roll ads</i> , pemerintah dapat menyampaikan pesan mitigasi secara efektif kepada masyarakat. Hasil pembahasan	Jurnal Optimalisasi Penyuluhan Mitigasi Bencana Alam Melalui Iklan Layanan Masyarakat di Youtube membahas optimalisasi penyuluhan mitigasi bencana secara nasional melalui iklan layanan masyarakat di YouTube oleh pemerintah, sedangkan penelitian ini berfokus pada perancangan iklan

		menunjukkan bahwa meskipun pemerintah sudah memiliki saluran resmi, penyebaran informasi belum maksimal dan perlu strategi kreatif serta kolaborasi lintas instansi untuk meningkatkan kesadaran dan kesiapsiagaan masyarakat terhadap bencana.	layanan masyarakat sebagai media edukasi untuk mitigasi banjir di Kota Bandar Lampung. Pembedanya terletak pada skala, dan fokus media yang digunakan.
2.	Muhammad Redintan Justin et al., IKLAN LAYANAN MASYARAKAT SEBAGAI MEDIA KAMPANYE SOSIAL BAHAYA ADIKSI GAME ONLINE, 2023.	Penelitian ini menganalisis bagaimana media membingkai isu adiksi game online di kalangan mahasiswa melalui pendekatan <i>analisis framing</i> , dengan fokus pada evaluasi moral untuk menyoroti dampak negatifnya. Sebuah video kampanye sosial dipublikasikan di media sosial sebagai upaya edukatif untuk meningkatkan kesadaran mahasiswa	Penelitian berjudul Iklan Layanan Masyarakat Sebagai Media Kampanye Sosial Bahaya Adiksi Game Online membahas penggunaan iklan layanan masyarakat berupa video kampanye di media sosial untuk mengedukasi mahasiswa tentang bahaya adiksi game online dan dampaknya terhadap perilaku belajar. Sementara itu, penelitian ini berfokus pada perancangan iklan layanan masyarakat

		tentang bahaya adiksi game dan pentingnya manajemen waktu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye ini efektif dalam mengurangi waktu bermain game dan mendorong perubahan perilaku ke arah yang lebih positif.	sebagai media edukasi untuk mendorong partisipasi masyarakat dalam mitigasi banjir di Kota Bandar Lampung. Perbedaan utamanya terletak pada isu yang diangkat yaitu adiksi game dan banjir, tujuan edukasi, serta target audiens.
3.	Fadila Sita Setiawati et al., MANAJEMEN PRODUKSI IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “PEMILU SEHAT” DALAM PENERAPAN ASAS LUBER JURDIL PADA STASIUN TELEVISI INEWS BALI, 2024.	Jurnal ini membahas produksi iklan layanan Masyarakat berjudul “pemilu sehat” yang ditayangkan di Inews Bali. Iklan ini bertujuan mengedukasi Masyarakat tentang pentingnya partisipasi dalam pemilu 2024 serta menerapkan asas LUBER JURDIL. Proses produksinya mencakup tahapan pra-produksi (pengembangan ide, survei lokasi, penyusunan anggaran), produksi (syuting di beberapa lokasi di	iklan layanan masyarakat “Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Sebagai Edukasi dan Upaya Mitigasi Banjir di Kota Bandar Lampung” bertujuan memberikan edukasi kepada masyarakat tentang pentingnya menjaga lingkungan serta meningkatkan kesadaran dan kesiapsiagaan

		Denpasar), hingga pasca-produksi (editing dan evaluasi). Hasilnya berupa tiga versi iklan berdurasi 1 menit, 30 detik, dan 15 detik dengan pesan ajakan untuk memilih dan tidak golput. Peran produser sangat penting dalam mengatur seluruh proses agar berjalan efisien dan tepat waktu.	dalam menghadapi risiko banjir. Iklan ini lebih menekankan pada perubahan perilaku masyarakat, seperti tidak membuang sampah sembarangan, menjaga daerah aliran sungai, dan memahami daerah rawan banjir sebagai bentuk upaya mitigasi bencana.
--	--	--	---

2.2 Objek Penelitian

2.2.1 Dinas Lingkungan Hidup Kota Bandar Lampung

Dinas Lingkungan Hidup adalah lembaga pemerintah daerah yang bertanggung jawab dalam pengelolaan lingkungan hidup di wilayahnya. Mereka memiliki tugas dan fungsi untuk mengatur, mengawasi, dan mengendalikan pengelolaan lingkungan hidup, serta membantu pemerintah daerah dalam melaksanakan urusan pemerintahan di bidang lingkungan hidup.

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Data dari analisis ini diperoleh dari beberapa tahapan pengumpulan data, antara lain:

1. Observasi

Penulis melakukan observasi secara langsung di beberapa lokasi yang mengalami bencana banjir, tepatnya di daerah teluk betung dan sukarama.

Tujuan dari observasi ini adalah untuk mengamati kondisi lingkungan yang terdampak banjir.



Gambar 2.1 Observasi Ke Lokasi Yang Terdampak Banjir

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

2. Wawancara

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik wawancara dengan pertanyaan terbuka, di mana penulis mengajukan beberapa pertanyaan langsung terkait penelitian yang sedang dilakukan, dengan menunjukkan struktur pertanyaan yang telah disiapkan.



Gambar 2.2 Wawancara Dinas Lingkungan Hidup Kota Bandar Lampung

(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2025)

2.4 Analisis Data

Adapun analisis data yang dipakai adalah 5W+1H, pada perancangan iklan layanan Masyarakat sebagai edukasi dalam Upaya mitigasi banjir di kota bandar lampung berdasarkan hasil observasi dan juga tanya jawab yang telah dilakukan dapat dilihat pada tabel 2.2.

Tabel 2.2 Analisis 5W+1H

No.	Analisa	Pertanyaan	Jawaban
1.	What?	Apa yang dirancang dalam penelitian ini?	Yang dirancang adalah iklan layanan Masyarakat, yang bertujuan sebagai

			media edukasi dan Upaya mitigasi banjir di kota bandar lampung.
2.	Why?	Mengapa perancangan ini perlu dilakukan?	Karena Kota Bandar Lampung merupakan wilayah yang memiliki potensi risiko bencana banjir Namun, kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap upaya mitigasi masih rendah. Diperlukan media komunikasi visual yang efektif untuk meningkatkan kesadaran tersebut.
3.	Who?	Siapa target <i>audiens</i> dalam perancangan iklan layanan Masyarakat ini?	Target utamanya adalah masyarakat Kota Bandar Lampung, khususnya yang tinggal di daerah rawan bencana banjir.
4.	Where?	Dimanakah perancangan iklan layanan Masyarakat ini akan disebarluaskan?	Iklan akan disebarluaskan melalui media sosial, seperti Instagram dan youtube.
5.	When?	Kapan perancangan iklan layanan Masyarakat ini akan dilakukan?	Perancangan iklan layanan masyarakat ini akan dilakukan setelah tahap pengumpulan dan analisis data selesai.

6.	How?	Bagaimana proses perancangan iklan layanan Masyarakat ini dilakukan?	Proses dimulai dengan pengumpulan data melalui observasi lapangan dan wawancara. Data kemudian dianalisis untuk merancang konsep visual dan pesan yang tepat. Desain iklan dibuat dengan pendekatan komunikasi visual yang menarik, informatif, dan mudah dipahami oleh masyarakat umum.
----	------	--	--

2.5 Kesimpulan Analisis Data

Hasil dari analisis data melalui observasi langsung serta wawancara mengindikasikan bahwa penduduk Kota Bandar Lampung, terutama di area yang rentan terhadap banjir, masih memiliki tingkat kesadaran dan pemahaman yang rendah mengenai pentingnya usaha untuk mengatasi banjir. Hal ini disebabkan oleh kurangnya informasi yang disajikan dengan cara yang menarik dan mudah dimengerti. Oleh karena itu, media komunikasi visual yang efisien, seperti iklan layanan masyarakat, dibutuhkan untuk menyampaikan pesan edukatif tentang usaha penanggulangan banjir.

Iklan tersebut akan menyasar masyarakat melalui platform media sosial seperti Instagram dan YouTube, dengan harapan dapat meningkatkan kesadaran dan mendorong masyarakat untuk aktif terlibat dalam upaya pencegahan dan penanggulangan banjir di daerah mereka. Pendekatan visual yang komunikatif dan relevan menjadi faktor kunci dalam menyampaikan pesan dengan cara yang mudah dipahami dan diingat oleh masyarakat.

2.6 Solusi Perancangan

Berdasarkan analisa yang sudah dilakukan oleh penulis, solusi yang diusulkan adalah perancangan suatu iklan layanan masyarakat berbentuk video edukasi

sebagai media edukasi bagi Masyarakat kota bandar lampung. diharapkan iklan layanan Masyarakat yang dibuat dapat berfungsi sebagai sarana edukasi yang efektif, meningkatkan kesadaran Masyarakat mengenai pentingnya kesiapsiagaan bencana, serta mendorong mereka untuk mengambil Tindakan Nyata di lingkungan mereka.